

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดี
จังหวัดสระแก้ว

Influential factors on consumer purchasing behavior of immovable property sold at Auction
of SaKaeo legal Execution office

นางสาวจุฑาพร เดชเดโช

สาขาการจัดการการเงินและการธนาคาร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Jutaporn Dachdacho

E-mail: lookpad2535@gmail.com

Department of Finance and Banking, Master of Business Administration,
Ramkhamhaeng University, Thailand
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ กฎระเบียบในการประมูล ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน วิเคราะห์ผลด้วยสถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบ t-test , F-test และ Multiple Regression

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 50.25% มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 20,001 – 30,000 บาท ที่มาของรายได้มาจากอาชีพหลักและ มีค่าใช้จ่ายเดือนละไม่เกิน 20,000 บาท ระดับความสำคัญของกฎระเบียบในการประมูล และปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดอยู่ในระดับมาก พฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ ที่มาของรายได้ และค่าใช้จ่าย ปัจจัยกฎระเบียบในการประมูล ได้แก่ ขั้นตอนการดำเนินงาน และปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ และการส่งเสริมทางการตลาด

คำสำคัญ: อสังหาริมทรัพย์, ขายทอดตลาด, สำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว

Abstract

This study was a survey research study, to study personal factors, economic factors, auction rules, and marketing mix factors affecting investment behavior of immovable property sold at SaKaeo legal Execution office. Data collection was performed by using questionnaires in 400 real estate bidders in of SaKaeo legal Execution office. The results were analyzed by statistical distributions, frequency, percentage, average, standard deviation, t-test, F-test, and multiple regression test.

The results showed that: The sample was male 50.25%, age 31-40 years old, they had single status, bachelor degree studies, most of them as a company employee, salaries between 20,001 – 30,000 baht, they have income from their main occupation and expenses not more than 20,000 baht/month. Overall, auction regulations and marketing mix factors influence consumers' decision to purchase real estate at auctions at a high level. The consumer purchasing behavior of immovable property sold at auction at a moderate level. Factors affecting consumer purchasing behavior of immovable property sold at action statistically at 0.05 level were: Personal factors including sex, age, and education: Economic factors including income, income sources and monthly cost: Auction regulatory factors were the operational process: Marketing mix factors include product and marketing promotion.

Keywords: Real Estate, Auction, SaKaeo legal Execution office

บทนำ

กรมบังคับคดีมีภารกิจหลักในการบังคับคดีแพ่ง การบังคับคดีล้มละลาย และการฟื้นฟูกิจการของลูกหนี้ โดยการขายทอดตลาดทรัพย์เป็นหนึ่งในกระบวนการบังคับคดีอันเป็นภารกิจหลักที่สำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องกับประชาชนและผู้มีส่วนได้เสียในคดี อันเป็นกลไกสำคัญที่จะทำให้เจ้าหนี้ได้รับการชำระหนี้ และช่วยขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ ลดความเลื่อมล้ำทางสังคม กรมบังคับคดีได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาการขายทอดตลาดทรัพย์ด้วยวิธีการที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว เสียค่าใช้จ่ายน้อย และเข้าถึงประชาชน (มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2563)

การขายทอดตลาดเป็นกระบวนการที่สำคัญซึ่งนำไปสู่การบังคับชำระหนี้ตามคำพิพากษาให้แก่เจ้าหนี้ตามคำพิพากษา ซึ่งเป็นวิธีการจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่มีการกำหนดราคาจากการสุ่มราคาของฝ่ายผู้ประสงค์จะซื้อสินค้านั้นเป็นสำคัญ ราคาที่ได้มักเป็นราคาสูงสุดที่ผู้ประสงค์จะซื้อได้เสนอการขายทอดตลาดเป็นการซื้อขายเฉพาะอย่าง ไม่ใช่เอกเทศสัญญาอีกลักษณะหนึ่งต่างหาก โดยที่การขายทอดตลาดเป็นการซื้อขายอย่างหนึ่ง (มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2562) ซึ่งระบบการขายทอดตลาดโดยกรมบังคับคดีเป็นการดำเนินการตามคำ

พิพาทหรือคำสั่งของศาล ทั้งในคดีแพ่งและคดีล้มละลาย เจ้าพนักงานบังคับคดีในคดีแพ่งและเจ้าพนักงานพิทักษ์ทรัพย์ในคดีล้มละลายซึ่งเป็นข้าราชการในสังกัดกรมบังคับคดี กระทรวงยุติธรรม จะเป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินการดังกล่าว โดยเจ้าพนักงานบังคับคดีหรือเจ้าพนักงานพิทักษ์ทรัพย์ต้องขายทรัพย์สินให้ได้ราคาที่สูงที่สุดเพื่อลดช่องว่างระหว่างราคาที่ได้จากการขายทอดตลาดทรัพย์สินกับมูลค่าตลาดของทรัพย์สินนั้น โดยหลักแล้วการขายทอดตลาดโดยกรมบังคับคดีมีวัตถุประสงค์เพื่อบังคับชำระหนี้ตามคำพิพากษา หรือคำสั่งของศาล ทั้งที่เป็นคดีแพ่งและคดีล้มละลาย ทั้งนี้ จะต้องเป็นไปตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งด้วยนอกจากนี้ยังต้องดำเนินการให้เป็นไปตามระเบียบกระทรวงยุติธรรมว่าด้วยการบังคับของเจ้าพนักงานบังคับคดี (ศุทธิณี แซ่ตัน, 2563)

สถิติการขายทอดตลาดจากสำนวนที่ขายทอดตลาดได้ระหว่างวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2556 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2561 ของกรมบังคับคดี พบว่า ทรัพย์สินที่มีการขายทอดตลาดมากที่สุด คือ ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง รองลงมา คือ ที่ดินว่างเปล่า รวบรวมทรัพย์สิน สิ่งปลูกสร้าง ห้องชุด เครื่องจักร รถ ทรัพย์สินต่าง ๆ ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างและทรัพย์สินต่าง ๆ ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างและเครื่องจักร ที่ดินเปล่าและทรัพย์สินต่าง ๆ สิทธิในการเช่าพื้นที่ในอาคาร (มหาวิทยาลัยรามคำแหง,2562) รายงานฉบับสมบูรณ์ “โครงการศึกษาผลกระทบด้านการผลักดันทรัพย์สิน ต่อระบบเศรษฐกิจไทยเพื่อพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบังคับคดีในระดับ อาเซียน” เสนอต่อกรมบังคับคดี จัดทำโดยคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2560) พบว่า อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่ดินเปล่าและที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างนับเป็นประเภทของทรัพย์สินที่มีความสำเร็จในการขายทอดตลาดสูง โดยเมื่อพิจารณาสัดส่วนราคาประเมินของคดีแพ่งจำแนกตามประเภททรัพย์สิน ระหว่างปี พ.ศ. 2556 ถึงปี พ.ศ. 2559 จะพบว่าการขายทอดตลาดเสร็จสิ้น โดยเป็นจำนวนคดีล้มละลาย เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งมีเพียง 7 คดีอีกทั้งยังเป็นคดีที่มีมูลค่าการประเมินรวมทุกคดีคือ 3,996,420 บาท ในขณะที่จำนวนคดีแพ่งที่ดำเนินการเสร็จสิ้นในช่วงเวลาเดียวกันมีจำนวน 41,922 คดี โดยมีมูลค่ารวมของราคาประเมินทรัพย์สินทุกคดีสูงมากกว่า 6,476,4210,131 บาท (มหาวิทยาลัยรามคำแหง,2562) จังหวัดที่มีจำนวนครั้งการขายทอดตลาดสูงสุดและรองลงมา คือ ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดพิษณุโลก ภาคใต้ได้แก่ จังหวัดสงขลาและจังหวัดนครศรีธรรมราช ภาคตะวันตก ได้แก่ จังหวัดราชบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรีและ จังหวัดระยอง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดขอนแก่น ภาคกลาง ได้แก่ กรุงเทพมหานครและจังหวัดนนทบุรี (มหาวิทยาลัยรามคำแหง,2562) ส่วนสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว มีสำนวนขายทอดตลาด ณ เดือนกันยายน 2563 (สำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว, 2563) ทั้งสิ้น 612 สำนวน รวมมูลค่า 990,422,804.99 บาท

จากข้อมูลดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะเจ้าหน้าที่การเงินการบัญชีของสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว จึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีอำเภอเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว อันจะเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานบังคับคดีให้มีประสิทธิภาพ เกิดผลสัมฤทธิ์ ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามเจตนารมณ์และความมุ่งหมายในการให้บริการของกรมบังคับคดี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางเศรษฐกิจของประชาชนผู้ลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของกฎระเบียบในการประมูล และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ประชาชนมีต่อการขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์จากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว แตกต่างกันไป

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว แตกต่างกันไป

สมมติฐานที่ 3 กฎระเบียบในการประมูลส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว โดยศึกษาพฤติกรรมการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ กฎระเบียบการประมูล และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ของประชาชนที่มีต่อการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว

2. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประชาชนผู้ที่ประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนผู้ที่ประมูลซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณจากสูตรของ W.G. Cochran จำนวน 400 คน

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรต้น ได้แก่

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ
- 2) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ ที่มาของรายได้ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน
- 3) กฎระเบียบในการประมูล ได้แก่ ขั้นตอนการดำเนินงาน เอกสาร ความกระจ่างในเนื้อหา
- 4) ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4P ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว ได้แก่ ปริมาณการซื้อรวมต่อการประมูล 1 ครั้ง และลักษณะการซื้อ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รับทราบข้อมูลด้านปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว ซึ่งนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาระบบการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนต่อไปในอนาคต
2. ได้ทราบปัญหาและอุปสรรคในการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว และแนวทางแก้ไขปัญหาในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต
3. สามารถนำผลการศึกษามาพัฒนา ปรับปรุงสภาพการซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดของหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน รวมทั้งเป็นแนวทางในการวางแผนและปรับปรุงการจัดประมูลอสังหาริมทรัพย์ของสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้วให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการขายทอดตลาด

Black Law Dictionary (1999, อ้างถึงในรววยรีน พรวัฒนวิชัย, 2559) ได้อธิบาย “การขายทอดตลาด” ไว้ว่า หมายถึง การขายสินค้าโดยเปิดเผยต่อสาธารณะให้แก่ผู้ที่สูงราคาสูงสุด

Cambridge Dictionary (2020, อ้างถึงใน ธัญสุดา กาศเรือนแก้ว, 2563) ได้ให้ความหมาย “การขายทอดตลาด Sale by auction” ไว้ว่า การขายทอดตลาด หมายถึง การขายสินค้าหรือทรัพย์สินโดยปกติทั่วไปซึ่งมีบุคคลที่เข้าแข่งกันเสนอราคาสูงกว่า (เสนอเงินสูงกว่า) สำหรับสินค้าหรือทรัพย์สินแต่ละสิ่งนั้น จนกระทั่งของสิ่งนั้นถูกขายให้กับบุคคลซึ่งเสนอจะจ่ายสูงที่สุด

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานของไทย พ.ศ. 2554 แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 พ.ศ. 2556 ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การขายทรัพย์สินที่กระทำโดยเปิดเผยแก่บุคคลทั่วไปด้วยวิธีเปิดโอกาสให้ผู้ซื้อสู้ราคากัน ผู้ใดให้ราคาสูงสุดและผู้ทอดตลาดแสดงความตกลงด้วยเคาะไม้หรือด้วยกิริยาอย่างอื่นตาม จารีตประเพณีในการขายทอดตลาด การซื้อขายนั่นย่อมเป็นอันสมบูรณ์(สำนักงานราชบัณฑิตยสถาน, 2556)

ทฤษฎีว่าด้วยการขายทอดตลาดมีลักษณะคล้ายทฤษฎีพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ซึ่งจะยึดถือ การพิจารณาการดำเนินไปของตลาด ไม่ใช่พิจารณาเพียงราคาหรือมูลค่าเท่านั้น จึงต้องคำนึงถึงหลักการ ต่าง ๆ ดังนี้

1) หลักอุปสงค์และหลักอุปทาน โดยลักษณะของอุปสงค์คือ จำนวนต่าง ๆ ของสินค้าและบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าและบริการชนิดนั้นภายในเวลาที่กำหนดให้ส่วนอุปทาน คือ ปริมาณเสนอขายที่น้อยลงส่งผลให้ราคาลดลง แต่ถ้าราคาสูงขึ้น ปริมาณเสนอขายจะมากขึ้น

2) หลักแห่งการเปลี่ยนแปลงมูลค่าของสิ่งใด ๆ ย่อมมีการเปลี่ยนแปลงไม่หยุดนิ่งหรือ คงที่ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเช่นนี้เป็นการเพิ่มหรือลดก็ได้ แรงผลักดันทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพมีผลกระทบต่อมูลค่าของทรัพย์สินอย่างมาก

3) หลักประโยชน์สูงสุดและดีที่สุด มูลค่าของทรัพย์สินวัดได้จากประโยชน์สูงสุดและดีที่สุดที่ทรัพย์สินนั้นสามารถสร้างขึ้นได้ การที่สามารถกำหนดว่าทรัพย์สินจะใช้ประโยชน์สูงสุดและดีที่สุดได้ถูกต้อง จะทำให้ทรัพย์สินมีมูลค่าสูงขึ้นเป็นผลให้ได้ราคาสูงตามไปด้วย

จากแนวคิดและทฤษฎีของการขายทอดตลาด ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า การขายทอดตลาด หมายถึงวิธีการจำหน่ายทรัพย์สินโดยเปิดเผย และขายให้แก่ผู้ให้ราคาสูงสุด เป็นการขายโดยกรมบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว

2. การขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ของกรมบังคับคดี

กรมบังคับคดีได้กำหนดมาตรการการขายทอดตลาด ตามคู่มือผู้ซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาดปรับแก้ไข ตามพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง (ฉบับที่ 30) พ.ศ. 2560 (กรมบังคับคดี, 2560) ดังนี้

การจำหน่ายทรัพย์สิน อำนาจของเจ้าพนักงานบังคับคดีตามบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมาย วิธีพิจารณาความแพ่ง มีอำนาจในฐานะตัวแทนเจ้าหน้าที่ตามคำพิพากษา ในอันที่จะรับชำระหนี้หรือทรัพย์สินของลูกหนี้ นำมาวางกับมีอำนาจที่จะยึดอายัด และยึดถือทรัพย์สินของลูกหนี้ตามคำพิพากษาไว้ และมีอำนาจที่จะเอาทรัพย์สินเช่นนี้ออกขายทอดตลาด ทั้งมีอำนาจที่จะจำหน่ายทรัพย์สินหรือเงินรายได้จากการนั้น การขายทอดตลาดทรัพย์สินจึงเป็นกระบวนการหนึ่ง ที่ดำเนินการต่อเนื่องจากการยึดทรัพย์สิน เป็นการจัดการเกี่ยวกับทรัพย์สินที่ยึด ซึ่งตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง อาจแบ่งการจัดการเกี่ยวกับทรัพย์สิน ที่ยึดได้เป็น 2 กรณี คือ การเอารายได้จากทรัพย์สินแทนการขายทอดตลาด และการขายทอดตลาดและการประมูล ในบทความฉบับนี้ผู้วิจัยขออธิบายถึงการซื้อทรัพย์สินจากการขายทอดตลาด ดังนี้

การเตรียมตัวก่อนเข้าประมูลซื้อทรัพย์สิน ก่อนเข้าสู่ราคาผู้ซื้อที่มีหน้าที่ตรวจสอบรายละเอียดเกี่ยวกับทรัพย์สินที่จะซื้อตามสถานที่และแผนที่การไปที่ปรากฏในประกาศ และถือว่าผู้ซื้อได้ทราบถึงสภาพทรัพย์สินนั้นโดยละเอียดครบถ้วนแล้ว และควรตรวจสอบวัน เวลาและสถานที่ตลอดจนเงื่อนไขในการชำระราคา การ

วางเงินหลักประกันให้ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นภายหลัง หรือสามารถตรวจสอบ จากประกาศที่เจ้าพนักงานบังคับคดีได้ปิดประกาศไว้ ณ กรมบังคับคดี สำนักงานบังคับคดีแพ่ง กรุงเทพมหานคร สำนักงานบังคับคดีจังหวัดและสาขา หรือทางอินเทอร์เน็ตที่ www.led.go.th (กรมบังคับคดี , 2560)

หลักฐานที่จะต้องนำมาในวันประมูล

- 1) กรณีบุคคลธรรมดาเป็นผู้ซื้อต้องนำบัตรประจำตัวประชาชนหรือ บัตรประจำตัวข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือบัตรพนักงาน รัฐวิสาหกิจ หรือหนังสือเดินทาง พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง 1 ฉบับ
- 2) กรณีนิติบุคคลเป็นผู้ซื้อต้องส่งหนังสือรับรองนิติบุคคล ที่นายทะเบียนรับรองไม่เกิน 1 เดือน
- 3) กรณีประสงค์ให้บุคคลอื่นเข้าประมูลแทนต้องมีใบมอบอำนาจ ปิดอากรแสตมป์ 30 บาท พร้อมแนบสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจหากมิได้แสดงใบมอบอำนาจก่อนจะถือว่าผู้เข้าสุราคนผู้นั้นกระทำการในนามของตนเอง
- 4) ในการเข้าประมูลซื้อสิ่งหาริมทรัพย์ หรือสิ่งหาริมทรัพย์ที่มีราคาประเมินตั้งแต่ 500,000 บาท ขึ้นไป ผู้สนใจเข้าสุราต้องวางเงินสด หรือ แคชเชียร์เช็ค ส่งจ่ายสำนักงานบังคับคดีแพ่ง กรุงเทพมหานคร 1 - 6 หรือ สำนักงานบังคับคดีจังหวัด...หรือสำนักงานบังคับคดีจังหวัด...สาขา... เป็นผู้รับเงิน หรือใช้วิธีทำการผ่านระบบ EDC (Electronic Data Capture) เพื่อเป็นหลักประกันในการเข้าสุราตามจำนวนเงินที่ระบุไว้ในประกาศ (กรมบังคับคดี, 2560)

การลงทะเบียนในวันประมูล ผู้เข้าสุราต้องวางหลักประกันการเข้าเสนอราคาเป็นจำนวนตามที่กำหนดในประกาศ ต่อเจ้าหน้าที่การเงิน เว้นแต่ผู้เข้าสุรานั้นเป็นผู้มีสิทธิขอหักส่วนได้ใช้แทนราคาซื้อประเภทผู้ซื้อ ประเภทผู้มีชื่อ ในเอกสารสิทธิร่วมกับลูกหนี้ตามคำพิพากษา หรือผู้มีส่วนได้จากกองมรดกตามคำพิพากษา เป็นผู้ที่มีสิทธิขอหักส่วนได้ใช้แทนราคาซื้อ ประเภทเจ้าหน้าที่บุริมสิทธิ เหนือทรัพย์สินที่ขายตามคำสั่งของศาล และคู่สมรสที่ศาลมีคำสั่งอนุญาตให้กันส่วนแล้ว ผู้เข้าสุราต้องทำสัญญาหรือข้อตกลงกับกรมบังคับคดีในการเสนอราคา และผู้เข้าสุรา เมื่อวางเงินหลักประกันแล้วจะได้รับป้ายประมูลราคา เพื่อใช้สำหรับเสนอราคา จากนั้นเข้าไปนั่งในสถานที่ที่เจ้าหน้าที่จัดเตรียมไว้

วิธีการประมูลซื้อสิ่งหาริมทรัพย์ ก่อนการเริ่มต้นประมูล เจ้าพนักงานบังคับคดีจะอธิบายวิธีการขายเงื่อนไขและข้อกำหนดของการขายทอดตลาดโดยสังเขปและจะทำการขายเรียงตามลำดับที่กำหนดไว้ในประกาศขาย เจ้าพนักงานบังคับคดีจะอ่านรายละเอียดของประกาศขายทอดตลาดสอบถามว่ามีผู้มีส่วนได้เสีย เช่น เจ้าหน้าที่ตามคำพิพากษา ลูกหนี้ตามคำพิพากษารายใดมาดูแลการขายทอดตลาด และประกาศราคา เริ่มต้นในการขายทอดตลาด ซึ่งราคานี้จะเป็นราคาสมควรขายในการขายครั้งนั้นๆ ด้วย

การปฏิบัติเมื่อประมูลซื้อสิ่งหาริมทรัพย์ได้จากการขายทอดตลาด ผู้ซื้อได้ต้องทำสัญญาซื้อขายตามแบบพิมพ์ของกรมบังคับคดี กับเจ้าพนักงานบังคับคดีพร้อมทั้งชำระเงินตามราคาที่ประมูลซื้อให้

ครบถ้วนในวันซื้อ หากผู้ซื้อได้ไม่สามารถชำระราคาครบถ้วนได้ ผู้ซื้ออาจทำสัญญาซื้อขายโดยให้ถือว่าหลักประกันตามเงื่อนไขการเข้าสู่ราคาให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของการชำระราคาและผู้ซื้อจะต้องชำระเงินส่วนที่เหลือภายใน 15 วันนับแต่วันที่ซื้อทรัพย์สินเป็นต้นไป

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550, หน้า 41) ให้นิยามไว้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ รายได้ อาชีพ สถานภาพ เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่นๆ ตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญ และคนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน

ทิพาพร ฉันทชัยพัฒนา (2556, หน้า 14-15) แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้ เป็นหลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ที่เกิดขึ้นนั้นล้วนมาตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น ซึ่งเชื่อว่า มนุษย์จะดำเนินตามแบบฉบับที่สังคมได้วางไว้ กลุ่มคนที่มีอายุใกล้เคียงกันจะมีพฤติกรรมคล้ายๆกัน เนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไว้ให้แล้วสำหรับคนรุ่นนั้นๆ สังคมทำให้ผู้หญิงมีลักษณะนิสัยพฤติกรรมแตกต่างจากผู้ชาย หรือคนที่มีการศึกษาจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างจากคนด้อยการศึกษา สรุปคือแนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้ เชื่อว่า คนที่มีคุณสมบัติประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543 , หน้า 38-39) ให้นิยามไว้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์รวมถึง อายุ เพศวงจรชีพของครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อนักการตลาด เพราะเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ ในตัวสินค้าทั้งหลายการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่ และตลาดอื่นก็จะหมดไป หรือลดความสำคัญลง

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้นำลักษณะด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ และลักษณะด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ ที่มาของรายได้ และค่าใช้จ่าย มาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ในการศึกษาครั้งนี้

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2547: 35-36) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย หรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการของตน ประกอบด้วยส่วนประกอบ 4 ประการหรือ 4Ps คือ

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็นของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ ผลิตภัณฑ์จึงเป็นได้ทั้ง

สินค้าและบริการ ซึ่งต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในความรู้สึกของลูกค้า จึงทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งแลกเปลี่ยนที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ซึ่งหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบสถานบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย คือสถาบันการตลาดส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวของสินค้าประกอบด้วยการขนส่งและการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อ ตราสินค้าหรือบริการหรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ (Persuade) ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดคิดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจจะใช้พนักงานขาย (Personal selling) ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non personal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งเลือกใช้ได้หลากหลาย โดยการเลือกใช้ให้พิจารณาความเหมาะสมของเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่ง

ดังนั้นในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้อสิ่งหาบริโภคขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแบบ 4P ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

จิตาพร รุ่งสถาพร(2563) กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกแต่ละคนปัจเจกบุคคลในการใช้สินค้าและบริการทางใดทางหนึ่ง รวมไปถึงการตัดสินใจ มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคลซึ่งแตกต่างกันออกไป บ่งบอกถึงความชอบและไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งสามารถสังเกตได้หรือวัดได้ เช่น การแสดงออกจกสีหน้า ท่าทางการเคลื่อนไหวต่าง ๆ ความคิด เป็นต้นซึ่งองค์ประกอบของผู้บริโภคที่สามารถเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย มี 4 ประการ คือ

- 1) มีความต้องการ (Needs)
- 2) มีอำนาจการซื้อ (Purchasing Power)
- 3) มีพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior)
- 4) มีพฤติกรรมการบริโภค (Consumption Behavior)

ผู้บริโภคนั้นจะมีความแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ รสนิยม และความเชื่อ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ทัศนคติ ความพึง

พอใจของผู้บริโภคซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดจากประสบการณ์ กระบวนการการเรียนรู้จากสถานการณ์ทำให้ผู้บริโภคบริโภคสินค้าและบริการอย่างหลากหลาย (จิตาพร รุ่งสถาพร, 2563)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย ข้อคำถาม 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกฎระเบียบในการประมูลของสำนักงานบังคับคดี ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาด ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว ส่วนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปใช้ในกลุ่มตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบ t-test, F-test การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis ด้วยวิธี enter ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.25 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 52.25) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 56.80) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 67.80) ประกอบอาชีพ เป็นพนักงานบริษัท (ร้อยละ 34.80) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 20,001 – 30,000 บาท/เดือน (ร้อยละ 42.80) ที่มาของรายได้มาจากอาชีพหลัก (ร้อยละ 95.00) และ มีค่าใช้จ่ายเดือนละไม่เกิน 20,000 บาท (ร้อยละ 62.50)

2. กฎระเบียบในการประมูลมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดของประชาชนจังหวัดสระแก้วในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) โดยด้านที่ประชาชนเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ด้านความกระจ่างในเนื้อหา รองลงมาคือ ด้านขั้นตอนการทำงาน ส่วนด้าน เอกสารประชาชนเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดน้อยที่สุด ส่วนความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้วประชาชน พบว่า ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$) โดยด้านที่ประชาชนให้ความสำคัญมากที่สุดสามลำดับแรกคือ ด้านราคา (Price) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และด้านช่องทางการจำหน่าย (Promotion) ส่วนด้านที่ประชาชนเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดน้อยที่สุด คือ ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)

3. พฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาด ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.26$) เมื่อจำแนกตาม ปริมาณการซื้อรวมต่อการประมูล 1 ครั้ง พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.24 โดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อยอยู่ในระดับมากในเรื่อง การประมูลแต่ละครั้งขึ้นอยู่กับผู้รู้ราคาของผู้

ร่วมประมุขรายอื่นด้วย ส่วนลักษณะการซื้อ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.29 โดยให้ความสำคัญในองค์ประกอบย่อยอยู่ในระดับมากในเรื่อง ประชาชนจะประมุขอสังหาริมทรัพย์ที่สามารถนำไปเป็นที่อยู่อาศัยและทำธุรกิจได้

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ แหล่งที่มาของรายได้ และค่าใช้จ่าย มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 ฐานะเปรียบเทียบในการประมุขได้แก่ ขั้นตอนการดำเนินงาน มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 4 ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาสามารถอภิปรายได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว

1) **ปัจจัยด้านเพศ** จากการศึกษาที่พบว่า ประชาชนมีสัดส่วนผู้ชายมากกว่าผู้หญิง และพบว่าผู้ชายมีพฤติกรรมการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้วในภาพรวมมากกว่าผู้หญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยเห็นว่าในการประมุขสำรวจราคาอสังหาริมทรัพย์นั้น ต้องมีการตัดสินใจอย่างเด็ดขาดในขณะเวลานั้นเพื่อให้ได้ทรัพย์ตามที่ต้องการ โดยเพศชายจะมีการตัดสินใจที่เด็ดขาดกว่าเพศหญิง จึงมักจะพบผู้ชายเข้าร่วมการประมุขอสังหาริมทรัพย์มากกว่าเพศหญิง ซึ่งการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ กนกวรรณ ศรีจันทร์หล้า (2557) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างคนกรุงเทพมหานครที่ต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์กรณีศึกษาบริษัท แสนสิริจำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เช่นเดียวกับการศึกษาของ เถลิ้มพล สุวรรณบุปผาและคณะ (2562) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้านาคาอาคารสงเคราะห์ที่มีความตั้งใจใช้ระบบประมุขทรัพย์สินรอกการขาย(NPA) ออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และสอดคล้องกับการศึกษาของ อนันสรีย์ เพชรขุ้ม (2559) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในอำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจการเลือกซื้อบ้านจัดสรรที่แตกต่างกัน

2) **ปัจจัยด้านอายุ** จากการศึกษาพบว่า ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผลการสำรวจพบว่าประชาชนในการศึกษาคั้งนี้ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มวัยทำงาน เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้ออสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากมีอาชีพ รายได้ มีความต้องการที่จะลงทุนในสิ่งที่คุ้มค่าสำหรับตนเอง สอดคล้องกับการศึกษาของ อนันสรีย์ เพชรขุ้ม (2559) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในอำเภอปลวกแดง จังหวัดระยองที่มีอายุแตกต่างกันจะให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจการเลือกซื้อบ้านจัดสรรที่แตกต่างกัน

3) **ปัจจัยด้านระดับการศึกษา** จากผลการศึกษา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และพบว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิภาพร อริยบัณฑิตกุล (2555) ที่พบว่า ระดับการศึกษามีอิทธิพลให้เกิดความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4) **ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน** จากผลการศึกษาที่พบว่า ประชาชนมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 20,001 – 30,000 บาท และพบว่าประชาชนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับการศึกษาของ นิภาพร อริยบัณฑิตกุล (2555) ที่พบว่า ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งอิทธิพลให้เกิดความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การศึกษาของเจริญจิตต์ ผจงวิริยาทร(2559) ที่พบว่า ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครของประชากรในกรุงเทพมหานคร และการศึกษาของ พงมาลย์ จิตสำราญและศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์ (2563) ที่พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายของบริษัทบริหาร สินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานชลบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10

5) **ปัจจัยด้านรายได้หลัก** พบว่า ประชาชนที่มีรายได้จากอาชีพหลักมีลักษณะการซื้อ และพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดในภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่มีรายได้หลักจากอาชีพเสริมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับการศึกษาของ นิภาพร อริยบัณฑิตกุล (2555) ที่พบว่า ปัจจัยรายได้เฉลี่ยทั้งครอบครัวต่อเดือนส่งอิทธิพลให้เกิดความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

6) **ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือน** พบว่า ประชาชนที่มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่าส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเดือนละไม่เกิน 20,000 บาท เมื่อพิจารณารายได้ต่อเดือนจะเห็นได้ว่า ค่าใช้จ่ายมาจากรายได้หลักของประชาชน โดยมีรายจ่ายและรายได้ใกล้เคียงกัน ดังที่ ประมะ สตะเวทิน(2533) ได้กล่าวไว้ว่า รายได้และค่าใช้จ่าย บ่งบอกสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของบุคคลแต่ละบุคคล ผู้ที่มีสถานภาพทาง

เศรษฐกิจสูงจะมีโอกาสที่ดีกว่าในการแสวงหาสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของตนเอง ดังนั้น ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายแตกต่างกันจึงส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน

กฎระเบียบในการประมูล ที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้อสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว จากผลการศึกษาที่พบว่า กฎระเบียบในการประมูลที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้อสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว ได้แก่ ขั้นตอนการดำเนินงาน โดยพบว่า ขั้นตอนการดำเนินงานมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้จากการสำรวจความคิดเห็น หัวข้อที่ประชาชนเห็นว่ามีความสำคัญน้อยที่สุดคือ การรับป้ายประมูลล่วงหน้าแล้วไม่มีความยุ่งยากจนเกินไป จากหลักเกณฑ์ของกรมบังคับคดี (2560) ผู้เข้าสู้ราคา เมื่อวางเงินหลักประกันแล้วจะได้รับป้ายประมูลราคา เพื่อใช้สำหรับเสนอราคา จากนั้นเข้าไปนั่งในสถานที่ที่เจ้าหน้าที่จัดเตรียมไว้ ซึ่งในกระบวนการนี้จะมีการรอคิวตามลำดับ อาจทำให้เกิดความไม่สะดวกแก่ผู้เข้าประมูล อย่างไรก็ตามจึงควรมีการปรับปรุงเพื่อให้เกิดความคล่องตัวและเพิ่มความสะดวก รวดเร็วแก่ผู้เข้าประมูลมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ผลการสำรวจของซูเปอร์โพล (2560) พบว่า กระบวนการขายทอดตลาดในมิติความชัดเจนของการอธิบายหลักเกณฑ์ ขั้นตอนวิธีการขายทอดตลาด พร้อมคำแนะนำและข้อตกเตือน ในการขายทอดตลาดทรัพย์ของกรมบังคับคดี พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เห็นจริงปฏิบัติจริงในเรื่อง ความชัดเจนของการอธิบายหลักเกณฑ์ ขั้นตอนวิธีการขายทอดตลาดทรัพย์พร้อมคำแนะนำและข้อตกเตือน อยู่ที่ร้อยละ 88.3 ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีความเชื่อมั่นต่อกระบวนการขายทอดตลาด ร้อยละ 85.7 และอยู่ในระดับปานกลางถึงมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้อสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว จากผลการศึกษาที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้อสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมทางการตลาด สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1) **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** จากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนซื้อสังหาริมทรัพย์ชายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นิภาพร อริย์บัณฑิตกุล (2555) ที่พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเลือกซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากที่สุด เช่นเดียวกับการศึกษาของ ฐิติกานต์ ตาคำเที่ยง (2562) พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองของลูกค้า บริษัทบริหาร สินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่ และการศึกษาของ ธัช สหเมธาพัฒน์และณลินี เหมาะประสิทธิ์ (2564) พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร มากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์

2) **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** จากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของประชาชนจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเชิงบวก สอดคล้องกับการศึกษาของฐิติกานต์ ตาคำเที่ยง (2562) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองของลูกค้า บริษัทบริหาร สินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่ ในระดับปานกลาง มีทิศทางความสัมพันธ์ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับการศึกษาของ พงมาลย์ จิตสำราญและศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์ (2563) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายของบริษัทบริหาร สินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานชลบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว ควรรวบรวมทรัพย์สินที่มีความหลากหลายหรือกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างๆที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เช่น ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี อาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ควรศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของประชาชนกลุ่มนี้เพิ่มเติม เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจและความหลากหลายของทรัพย์สินให้เข้าถึงกลุ่มประชาชนที่มีกำลังซื้อ

1.2 ปัจจัยด้านกฎระเบียบการดำเนินการ ควรพิจารณาลดขั้นตอนและศึกษาช่องการประมูลด้วยระบบออนไลน์ เพื่อให้สามารถเปิดการประมูลขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ และแก้ไขปัญหาด้านมาตรการสังคมเกี่ยวกับ โรคโควิด-19 เพื่อให้ดำเนินการขายทอดตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่ค้างในระบบออกไปได้

1.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว ควรขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มประชาชนที่หลากหลายให้มากขึ้น และกำหนดวิธีการที่ลดขั้นตอน เข้าถึงได้สะดวก รวดเร็ว และง่ายมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการเก็บข้อมูลให้ละเอียดมากขึ้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพมากขึ้น เช่นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อที่จะได้ข้อมูลการตัดสินใจซื้อของประชาชนอย่างแท้จริง

2.2 ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว

2.3 ควรศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการประมูลอสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดจากสำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว

2.4 ควรศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับการซื้อซ้ำของประชาชนเพื่อนำมาให้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคที่ละเอียดขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ ศรีจันทร์หล้า. (2557). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการซื้อสิ่งหามิตรภัยของคน กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาบริษัท แอสสิริจำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กรมบังคับคดี.(2560). คู่มือติดต่อราชการ กรมบังคับคดี. พิมพ์ครั้งที่ 1 ปรับแก้ไขตามพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง (ฉบับที่ 30) พ.ศ.2560.กระทรวงยุติธรรม.กรุงเทพฯ.
- กรมบังคับคดี.(2560). คู่มือผู้ซื้อทรัพย์สินขายทอดตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1 ปรับแก้ไขตามพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง (ฉบับที่ 30) พ.ศ. 2560 กระทรวงยุติธรรม. กรุงเทพฯ.
- เจริญจิตต์ ผจงวิริยาทร.(2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมใน กรุงเทพมหานครของ ประชากรในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เฉลิมพล สุวรรณบุปผา, พนิดา สุรัชกุล วัฒนา, ณัฐพันธ์ บัววรารณณ์และฐิติกานต์สังจะบุตร.(2562).ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ระบบประมวลทรัพย์สินรอการขาย(NPA) ออนไลน์ของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 14 ปี การศึกษา 2562.
- ซูเปอร์โพล.(2560). โครงการสำรวจความเชื่อมั่นของประชาชนผู้รับบริการที่มีต่อกระบวนการบังคับคดีประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2560 กรณีศึกษา ตัวอย่างประชาชนผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย. รายงานฉบับสมบูรณ์เสนอกรมบังคับคดี.
- ฐิติกานต์ ตาคำเที่ยง.(2562).ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านมือสอง ของลูกค้า บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่. http://www.ba-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2562-5-14_1599638389.pdf
- จิตาพร รุ่งสถาพร(2563). พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ในภาวะวิกฤตโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมาณพล และพิษณุโลก.สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2564 จาก <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/4476>
- ธัช สหเมธาพัฒน์และณลินี เหมาะประสิทธิ์. (2564).ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสิ่งหามิตรภัยประเภทที่อยู่อาศัย ในเขตอ าเภอเมือง จังหวัดพิจิตร.โครงการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ.2564 วันที่ 1 เมษายน 2564.
- ธัญสุดา กาศเรือนแก้ว. (2563). ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมและการห้ามการขายทอดตลาด และการค้าของเก่าตามพระราชบัญญัติควบคุมการขายทอดตลาด และค้าของเก่า พุทธศักราช 2474. สารนิพนธ์หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชากฎหมายมหาชน คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- ทิพาพร ฉันทชัยพัฒนา. (2556). *ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน“ไลน์” (LINE) ในรูปแบบของการสื่อสารผ่านบัญชีอย่างเป็นทางการ (Official accounts LINE)*.
การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิภาพร อริย์บัณฑิตกุล.(2555).ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยมือสองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 4(2): 158-163.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2533). *หลักนิติศาสตร์*. กรุงเทพฯ: จำรัสการพิมพ์.
- พจนมาลย์ จิตสำราญและศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์.(2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอกการขายของบริษัทบริหาร สินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สำนักงานชลบุรี. 11th National and International Conference on Humanities and Social Sciences 25-26 May 2020, Phranakhon Rajabhat University, Bangkok, Thailand.
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.(2563). *โครงการศึกษาเรื่องการขายทอดตลาดด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์*. รายงานการศึกษาระดับสมบูรณ. <http://www.led.go.th/articles/pdf/e-auction2020.pdf>
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง.(2562).*รายงานฉบับสมบูรณ (Final Report) โครงการวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายทอดตลาด และข้อเสนอในการพัฒนาปรับปรุง*.
<http://www.led.go.th/articles/pdf/factors-rep.pdf>.
- รวีรินทร์ พรวิวัฒน์วิชัย.(2559). *การขายทอดตลาดออนไลน์*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขากฎหมายธุรกิจ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ .(2547). *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษาพิมพ์ครั้งที่ 5* . กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สำนักงานบังคับคดีจังหวัดสระแก้ว.(ออนไลน์). *สถิติบังคับคดี*. สืบค้นเมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2564 จาก <http://branch.led.go.th/Stat6/lawstat.asp?fy=2563>
- สำนักงานราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์. หน้า 190.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์ครั้งที่2)*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนันสรีย์ เพชรขุ้ม.(2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในอำเภอปลวกแดงจังหวัดระยอง*. โครงการงานหลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.